

La conexión de la academia con la realidad mediante el intercambio investigativo internacional

Nicolás Lorite García

Cuando me preguntan si la publicidad trata bien o mal la diversidad sociocultural suelo responder que solo hay una forma de saberlo: acotando y defendiendo ante todo un concepto de tratamiento adecuado, tomado de manera multimodal desde diferentes perspectivas. Una de estas perspectivas es la de las recomendaciones de los manuales de estilo de las organizaciones y empresas publicitarias. Hay que comprobar mediante una muestra de publicidades, lo más objetiva posible, cómo se muestran las personas de la sociedad diversa en los *spots*.

Una vez que descubrimos los fenotipos predominantes, el rol y la dinámica social de los protagonistas de la publicidad, podemos dar el segundo paso: sugerir, mediante propuestas similares a las analizadas (si es lingüística, gráfica, sonora o audiovisual ha de ser en esos mismos lenguajes) la alternativa adecuada, entendiendo por adecuada aquella que permite mostrar la diversidad tal cual es en la realidad, y suscitar además procesos de dinamización interculturales inclusivos, no discriminantes. Si esto se hace, además, conjuntamente con las organizaciones, empresas y centros de formación publicitaria, estaremos dando un paso de gigante en el arduo trabajo de evitar que los mensajes publicitarios sean racistas y xenófobos, y vendan tan sólo con cuerpos

caucásicos, blancos, centroeuropeos. Y si además tenemos la oportunidad de compararlo entre dos países claves de la producción publicitaria como España y Brasil, ya es lo máximo a lo que se puede aspirar con un proceso investigador.

Este es uno de los objetivos principales de la investigación i+d+i (CSO2012-35771), *“Estudio multimodal de la representación de la diversidad en la publicidad española y efectos interculturales en las ciudades del Mediterráneo en tiempos de crisis”*, que venimos desarrollando desde el Migracom-UAB, financiada por el Ministerio de Economía y competitividad desde el 2012. Logramos dar un paso fundamental al incluir el análisis comparativo con Brasil, a partir del 2015, con el proyecto *“Publicidad, propaganda, alteridad y ciudadanía: estrategias transmetodológicas de análisis de la diversidad en los contextos de cambio económico y social de Brasil y España”*, aprobado por Capes (Brasil) y el Ministerio de Educación, Cultura y Deportes (España).

Esta publicación no sólo sirve para mostrar resultados de ambos estudios, sino que permite abrir nuevos caminos en diferentes líneas de investigación de un objeto de estudio apenas investigado desde las Ciencias de la Comunicación, al tiempo que estrechamos y fortalecemos los lazos entre grupos de investigación universitarios (Processocom, Pragma y Migracom) que venimos preocupándonos desde hace tiempo por la conexión de la Academia con la realidad y, en particular, por la función social integradora de los medios de comunicación e información, con sus lenguajes y procesos de recepción y dinamización interpersonal e intergrupal, sin perder de vista las transformaciones socio-mediáticas.

Cuando empezamos a defender este modelo de investigación-acción e investigación audiovisual aplicada a mediados de los 90, en lo que eran los inicios del Migracom, con una primera investigación sobre el tratamiento informativo de la inmigración en los medios de comunicación de Catalunya, de la que surgió un primer manual sobre la representación adecuada de las minorías étnicas y las migraciones, costó mucho evidenciar que para estudiar la realidad socio-comunicativa hay

que hacerlo desde la misma realidad, aunque sin perder de vista la tradición epistemológica, teórica y metodológica de las Ciencias Sociales. Durante los más de veinte años que llevo apostando por esta dinámica, siempre he debido hacer el doble ejercicio de investigador y expositor. El de defender, de un lado, el método científico que se deriva del texto; pero también, de otro, el de propagar como científica la investigación audiovisual que solamente se difunde de manera audiovisual.

Por esto considero una suerte poder defender todo ello en esta publicación, y hacerlo con colegas con quienes hemos ido avanzando de manera conjunta en la normalización de este tipo de conocimiento en la academia.